

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Memasuki era globalisasi dewasa ini, persaingan dunia bisnis berjalan semakin ketat, salah satunya industri otomotif. Industri otomotif merupakan salah satu sektor andalan yang terus di prioritaskan pengembangannya karena berperan besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Indonesia masih menjadi negara tujuan utama untuk investasi di sektor industri otomotif. Industri otomotif seiring perkembangannya dari tahun 2012-2016 mengalami pergerakan naik turun di pasar. Hal ini dibuktikan dengan hasil penjualan mobil dari tahun 2012-2016 yaitu sebagai berikut:

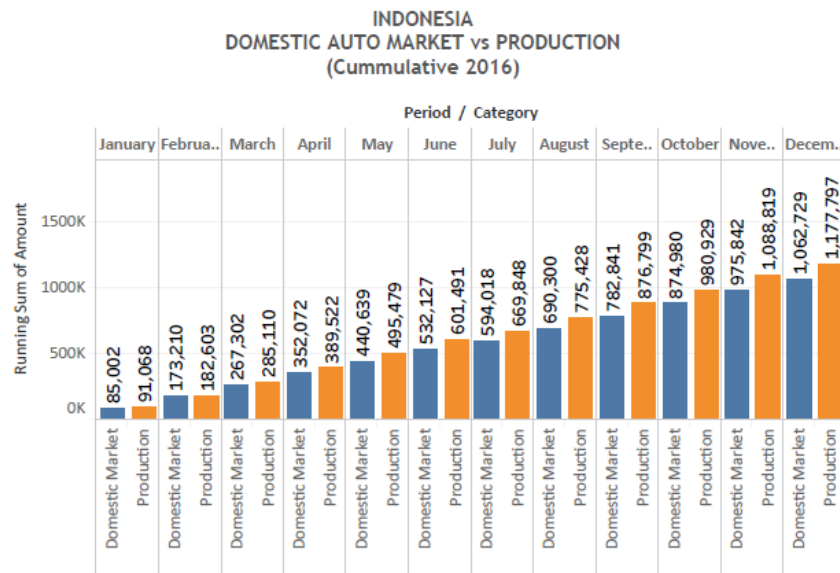
Tabel 1.1: Data Penjualan Mobil

Penjualan Mobil (Unit)	Tahun				
	2012	2013	2014	2015	2016
	1.116.230	1.229.916	1.208.019	1.013.291	1.061.735

Sumber : Gaikindo

Berdasarkan tabel data penjualan mobil di Indonesia menunjukkan bahwa terdapat kenaikan penjualan mobil dari tahun 2012 ke tahun 2013 yaitu dari 1.116.230 unit hingga 1.229.916 unit, namun mengalami penurunan pada tahun 2014 hingga 2015 sebesar 194.728 unit ( $1.208.019 - 1.013.291 = 194.728$ ) akan tetapi pada tahun 2016 mengalami peningkatan menjadi 1.061,735 unit

mobil. Seiring tahun 2016, berikut data *domestik auto market vs production* sepanjang tahun 2016 dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut :



Gambar 1.1. Data *domestik auto market vs production* 2016

Sumber: Gaikindo

Gambar data *domestik auto market* dan *production* pada industri otomotif di Indonesia pada tahun 2016 menunjukkan bahwa produksi selalu mengalami peningkatan setiap bulan, begitu juga dengan *domestik auto market* yang mengalami peningkatan. *Domestik auto market* yaitu permintaan pasar lokal terhadap produk yang dihasilkan dari industri tersebut, hal ini menunjukkan bahwa permintaan atas industri otomotif sangat menarik di pasar Indonesia.

Berdasarkan kutipan dari Hartarto (Menteri Peindustrian Indonesia) melaporkan, saat ini (2017) produksi nasional untuk kendaraan roda empat mencapai 1,1 juta unit per tahun dengan jumlah ekspor sebanyak 200 ribu unit

per tahun. Sedangkan, untuk produksi kendaraan roda dua mencapai 6,5 juta unit per tahun dengan jumlah ekspor sebanyak 228 ribu unit per tahun. Daya tarik Indonesia sebagai tujuan investasi sejumlah perusahaan otomotif global meningkat. Kondisi ekonomi makro yang stabil, jumlah penduduk yang besar, dan pertumbuhan kelas menengah yang cukup tinggi menjadi alasan perusahaan-perusahaan tersebut untuk berinvestasi ([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)).

Menteri Perindustrian, mengestimasi investasi asing di sektor otomotif tahun ini akan lebih dari US\$ 4 miliar, tumbuh sekitar 8% dibanding tahun lalu US\$ 3,7 miliar. Sejumlah pabrik otomotif asal Eropa, seperti Volkswagen dari Jerman, menggandeng perusahaan lokal untuk merealisasikan investasi pabrik perakitan *completely knocked down* (CKD) di Indonesia. Kondisi ini menuntut perusahaan otomotif harus mampu untuk mempunyai strategi dalam menjalankan bisnisnya. Strategi yang diterapkan perusahaan harus mampu untuk membuat perusahaan bisa eksis dan dapat bersaing dengan para kompetitornya, oleh karena itu perusahaan harus memperbaiki kinerja keuangannya.

Sucipto (2013:1) menyatakan bahwa kinerja keuangan merupakan penentuan ukuran tertentu yang dapat dijadikan ukuran keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi untuk menghasilkan laba atau keuntungan, sedangkan Fahmi (2012:2) mendefinisikan kinerja keuangan adalah sebuah gambaran pencapaian keberhasilan sebuah perusahaan yang juga dapat diartikan sebagai hasil yang dicapai perusahaan atau organisasi atas aktifitas-aktifitas yang telah dilakukannya. Jadi kinerja keuangan merupakan suatu analisa yang

digunakan untuk menentukan sejauh mana perusahaan melaksanakan keuangan dengan baik dan benar berdasarkan aturan-aturan pelaksanaan keuangan.

Kinerja keuangan dan nilai yang dikandung suatu perusahaan menjadi acuan tolok ukur baik buruknya suatu perusahaan. Perusahaan diharapkan terus lebih baik dan berkembang, sementara pengembangan suatu perusahaan membutuhkan dana yang besar. Salah satu cara untuk memperoleh asupan sumber dana bagi perusahaan yaitu menarik dana dari luar perusahaan melalui pasar modal.

Kasmir (2010:61) mendefinisikan pasar modal merupakan pasar bagi instrumen keuangan jangka panjang yang dikeluarkan oleh pemerintah maupun perusahaan swasta seperti saham dan obligasi. Fahmi (2012:52) menyatakan pasar modal adalah tempat berbagai pihak, khususnya perusahaan menjual saham (*stock*) dan obligasi (*bond*) dengan tujuan dari hasil penjualan tersebut nantinya akan dipergunakan sebagai tambahan dana atau untuk memperkuat modal perusahaan. Jadi Pasar modal merupakan suatu wadah bagi pemilik dana atau investor dalam melakukan investasi pada perusahaan yang membutuhkan dana.

Investasi diartikan sebagai komitmen untuk menanamkan sejumlah dana pada saat ini dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa datang (Salim, 2010:223). Salah satu bidang investasi yang banyak diminati oleh para investor asing maupun investor dalam negeri adalah berbentuk saham perusahaan-perusahaan yang sudah *go public*. Banyaknya permintaan dan penawaran saham di dalam pasar modal menyebabkan adanya perbedaan dan

perubahan terhadap harga saham. Bagi calon investor, keputusan berinvestasi dalam bentuk saham harus didasari oleh proses analisis, yaitu analisis fundamental dan analisis taktikal. Alasan investor dalam melakukan investasi dipasar modal yaitu untuk memperoleh keuntungan.

Dalam konteks manajemen investasi, tingkat keuntungan investasi disebut sebagai *return*. *Return* atau pengembalian adalah keuntungan yang diperoleh perusahaan, individu dan institusi dari hasil kebijakan investasi yang dilakukan. Zubir (2013:4) menyatakan bahwa *return* merupakan ukuran terhadap hasil suatu investasi. *Return* saham terdiri dari *capital gain* dan *dividend yield*. *Return* merupakan sebuah variabel kunci dalam berinvestasi, karena investor dapat menggunakan *return* untuk membandingkan keuntungan aktual maupun keuntungan yang diharapkan atas investasi yang dilakukannya. Untuk memastikan apakah investasinya akan memberikan tingkat pengembalian yang diharapkan, maka calon investor terlebih dahulu mencari informasi keuangan perusahaan melalui laporan keuangannya.

Analisis laporan keuangan merupakan salah satu cara untuk mengetahui kinerja perusahaan dalam satu periode (Kasmir, 2010:66) . Analisis yang sering digunakan oleh perusahaan dalam mengukur kinerja keuangan perusahaan yaitu melalui analisis rasio keuangan. Horne dalam kasmir (2010:93) “Rasio keuangan merupakan indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan diperoleh dengan membagi satu angka dengan angka lainnya”.

Rasio keuangan digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Analisis rasio keuangan yang sering digunakan oleh investor

biasanya masih menggunakan analisis konvensional, analisis rasio tersebut mempunyai kelemahan utama, yaitu mengabaikan adanya biaya modal sehingga sulit untuk mengetahui apakah suatu perusahaan telah berhasil menciptakan suatu nilai atau belum.

Pada tahun 1989, Konsultan Stern Steward Management Service di Amerika Serikat memperkenalkan konsep *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) sebagai alat ukur kinerja keuangan dan pasar untuk mengatasi kelemahan dari rasio keuangan (Brigham, 2014:111).

Wijaya dan Tjun (2009) *Economic Value Added* adalah indikator internal yang mengukur kekayaan pemegang saham suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu. EVA mengukur seberapa efisien perusahaan menggunakan modalnya untuk menciptakan nilai tambah ekonomis. Nilai tambah ekonomis tercipta jika perusahaan menghasilkan *return on total capital* yang melebihi *cost of capital*. EVA bernilai positif mengartikan bahwa perusahaan memperoleh laba karena tingkat pengembalian melebihi biaya modalnya, sehingga perusahaan yang memperoleh laba akan membagikan sebagian labanya sebagai *dividend* kepada investor. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan, maka semakin tinggi pula *dividend* yang diperoleh investor. Semakin tinggi *capital gain* dan *dividend*, maka *Return* saham juga akan semakin tinggi.

Selain *Economic Value Added* (EVA) digunakan juga *Market Value Added* (MVA) yang berfungsi sebagai pengukur kinerja keuangan. Pengukuran MVA menilai dampak tindakan manajer atas kemakmuran pemegang sahamnya sejak perusahaan tersebut berdiri. Brigham (2014:110) menyatakan bahwa

MVA adalah perbedaan antara nilai pasar ekuitas suatu perusahaan dengan nilai buku seperti yang disajikan dalam neraca, nilai pasar dihitung dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar.

Kartini dan Hermawan (2008: 356) kekayaan pemegang saham akan menjadi maksimal dengan memaksimalkan perbedaan antara nilai pasar ekuitas perusahaan dan jumlah modal ekuitas yang diinvestasikan investor, perbedaan inilah yang disebut *Market Value Added* (MVA). Apabila perusahaan mempunyai tujuan untuk melipatgandakan kekayaan pemegang saham, maka MVA yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan seharusnya mempunyai hubungan langsung dengan *return* yang diperoleh pemegang saham suatu perusahaan.

Sebagai tolok ukur kinerja yang baik, EVA dan MVA seharusnya mempunyai pengaruh terhadap kekayaan pemegang saham yang digambarkan dengan *return* saham. Akan tetapi, masih ada penelitian yang mengungkapkan bahwa EVA dan MVA tidak berpengaruh terhadap *return* saham. Penelitian yang dilakukan Kartini (2011) yang tentang “Pengaruh *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA) dan Arus Kas terhadap *return* saham pada perusahaan industri konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menyatakan bahwa EVA, MVA dan laporan arus kas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham. Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Husniawati (2008) menyatakan bahwa *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) berpengaruh terhadap *Return* saham pada perusahaan Food and Beverages.

Berdasarkan paparan masalah di atas dan berbagai hasil penelitian tentang pengaruh EVA dan MVA terhadap *return* saham yang menunjukkan bahwa masih ada kesenjangan antara teori dan kenyataan, serta masih adanya ketidak konsistenan hasil penelitian sebelumnya, sehingga masalah ini masih menarik untuk diteliti. Hal inilah yang mendorong penulis mengambil judul penelitian “Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) Terhadap *Return* Saham Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2016.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan diatas, maka adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Masih terdapat masalah dalam mengukur penciptaan nilai bagi *shareholder*, karena pada umumnya perusahaan masih menggunakan pengukuran kinerja menggunakan metode konvensional.
2. Penggunaan *Economic Value Added* dan *Market Value Added* membuat perusahaan hanya memfokuskan perhatian pada usaha penciptaan nilai perusahaan saja, dan mengabaikan metode lain yang mungkin lebih baik dalam proses penciptaan nilai.
3. Terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian terdahulu tentang Pengaruh *Economic Value Added* dan *Market Value Added* terhadap *Return* Saham.



### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian identifikasi masalah dan batasan masalah, maka adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana pengaruh *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) terhadap *Return Saham* yang diperoleh pemegang saham perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2016?

### **D. Batasan Masalah**

Pembatasan masalah dilakukan dalam suatu penelitian agar penelitian lebih fokus pada permasalahan yang diangkat. Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu berfokus pada penggunaan EVA dan MVA terhadap pengaruh *return* saham yang diperoleh investor perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

### **E. Tujuan Penulisan**

Tujuan penulisan dalam penelitian ini, yaitu bertujuan untuk Mengetahui pengaruh *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) terhadap *Return Saham* yang diperoleh pemegang saham perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2016.

## **F. Manfaat Penulisan**

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi manfaat, antara lain :

### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang keuangan terutama mengenai pasar modal, dan memperkuat hasil penelitian sebelumnya, serta menambah khasanah kepustakaan khususnya di Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Malang.

### **2. Secara Praktis**

#### **a). Bagi Investor**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan kepada para investor maupun kepada calon investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan otomotif.

#### **b). Bagi Perusahaan Otomotif**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait kinerja keuangan perusahaan otomotif dan menjadikan bahan evaluasi perusahaan otomotif kedepannya yang diukur menggunakan *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA), sehingga manajemen perusahaan otomotif dapat mengetahui nilai perusahaan yang tercipta dari pengelolaan perusahaannya serta menjadi sumber atau bahan masukan tentang faktor yang memengaruhi *return* saham khususnya *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA), sehingga perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaannya.

c). Bagi Peneliti selanjutnya

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pustaka dan ilmu pengetahuan sebagai bahan kajian dalam penelitian selanjutnya khususnya terkait pengaruh *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) terhadap *retu*